

Д.С. Голованов, магістрант (НАКУ «ХАІ», Харків)

М.А. Голованова, канд. техн. наук, доц. (НАКУ «ХАІ», Харків)

## НОВІ ПОТРЕБИ WEB-СПОЖИВАЧІВ

Новий контекст наших сучасних потреб впливає на те, як ми піддаємося впливу інформації, як ми спілкуємося і взаємодіємо з іншими. Сьогодні одним із цікавих і актуальних є питання: як споживачі і їх потреби змінюються в зв'язку з розвитком цифрових технологій, як розвиваються потреби веб-споживачів?

Розглянемо, як змінилася «Піраміда потреб», яку було створено Авраамом Х. Маслоу в п'ятдесяті роки минулого століття. Зазначмо, що наші потреби дуже сильно набули змін під впливом ІТ-технологій, але у застосуванні сучасних технологій є певна схожість з п'ятьма рівнями піраміди Маслоу, на цьому наголосив в своїй теорії Лука Де Феліче, інженер з управління, консультант в області телекомунікацій Web 2.0 компанії Live Reply та розробив відповідну піраміду, надавши їй ім'я «Піраміди COSMA».

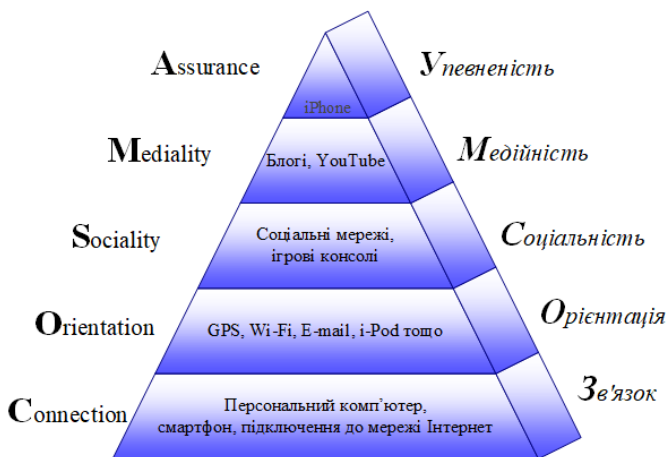


Рис. 1. Піраміда потреб «COSMA» у ІТ-світі

Пропонується урахувати такі п'ять рівнів «Піраміди COSMA»:

1. *Зв'язок (Connection)*: необхідність бути постійно на зв'язку відповідає першому рівню піраміди Маслоу, фізіологічним потребам, які

представляють основні потреби людини. Бути підключеним до Інтернету стало фізіологічною потребою, такою як їжа та напої.

2. *Орієнтація (Orientation)*: в епоху інформації та комунікації почуття безпеки дає нам сенсорна орієнтація, яка гарантується такими технологіями, як GPS, електронна пошта, Fi-Wi та інші, які направляють нас і допомагають в організації нашого життя.

3. *Соціальність (Sociality)*: сьогодні існують спільноти не тільки локальні, але і глобальні. IT-інструменти дають нам змогу спілкуватися з рештою світу. Таким чином, потреба за Маслоу в «приналежності» знаходить свій зв'язок з потребою в «соціальності». Такі інструменти, як соціальні мережі (Facebook, Twitter, WhatsApp, Viber тощо) надають нам можливість не відчувати себе самотніми ані в мережі, ані у будь-якому місті у будь-яку хвилину. Навіть ігрові приставки (Microsoft Xbox360, PlayStation3, тепер дають змогу гравцям з'єднуватися один з одним.

4. *Медійність (Mediality)*: сучасний споживач цифрових технологій у деякій мірі є гедоністом, бажає бути помітним і активно брати участь в потоці онлайн-інформації. Необхідність бути шанованим означає наявність блогу або каналу на YouTube з багатьма шанувальниками, тобто бути впливовими людьми всіх видів (блогерство, Youtube тощо.).

5. *Упевненість (Assurance)* задовольняється завдяки володінню високотехнологічними інструментами, наприклад, такими як iPhone. Такі пристрої гарантують почуття задоволення, упевненості і реалізації, признання суспільством, спільнотою на додаток до простого задоволення від володіння ними та їх використання.

«Піраміда COSMA» є усвідомлення змін, продиктованих технологією, але це не є протилежністю і, отже, не замінює піраміду Маслоу, а скоріше є доповненням та оновленням її з плином часу.

Цифровий контекст впливає, не тільки на визначення потреб, але й так само він впливає на методи вирішення проблем, що розуміються як дії, які виконуються для задоволення конкретної потреби. Нові технології дали змогу навіть найменшим дітлахам грати і взаємодіяти з цифровими інструментами за допомогою освітніх програм, недорогих енциклопедій тощо. У практичному плані цікаво зазначити важливість пошукових систем в прийнятті рішень щодо купівлі: користувачі все більше покладаються на інформацію, отриману через пошукові системи, відгуки не тільки своїх друзів та знайомих, а рекомендації зовсім незнайомих людей чи її багаточисленні відгуки є у соціальних мережах та на сайтах компаній, щоб вирішити, який продукт або послугу купувати і де.